INDUSTRIA SECTOR ALIMENTOS
Ver exposición

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
Empresa Bognor S.A.
Ver exposición

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 23 de julio de 2003

(Sin corregir)

PRESIDE: Señor Representante Ruben Obispo.

MIEMBROS: Señores Representantes Álvaro Alonso, José Homero Mello y Juan Siazaro Andreotti.

ASISTE: Señor Representante Jaime Mario Trobo.

INVITADOS: Por la Cámara Industrial de Alimentos Envasados, los señores Nelson Penino, Presidente; Héctor Tastás Ruffini, Cramon S.A.; Fernando Vilar, Gerente Comercial Fideos Adria; y contadora Sandra Rocha.

Por la empresa Bognor S.A., los directivos señores Pedro Darracq y contador Alejandro Pérez.

SEÑOR PRESIDENTE (Obispo).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión de Industria, Energía y Minería tiene mucho gusto en recibir a una delegación de la Cámara Industrial de Alimentos Envasados, integrada por los señores Héctor Tastás Ruffini, Fernando Vilar, Nelson Penino y la contadora Sandra Rocha. También tiene el agrado de recibir al señor Diputado Jaime Trobo.

El motivo de la invitación que se les ha formulado refiere a una inquietud planteada por el señor Diputado Jaime Trobo con respecto a las dificultades de vuestra industria. Como la Comisión ha hecho suya esta preocupación y estamos interesados en apoyar aquellas medidas que puedan propiciar soluciones a los problemas planteados, los hemos invitado. Nos gustaría escucharlos a fin de tener elementos para avanzar en este tema.

SEÑOR PENINO.- En principio, agradecemos a la Comisión por la invitación para participar en esta reunión, ya que se nos da la posibilidad de exponer algunas de las dificultades que está viviendo este sector de la industria.

Estamos totalmente de acuerdo con que existan normas, pero deben cumplirse. Los mercados no son perfectos, pero si no se cumplen las normas se distorsionan. No estamos pidiendo nuevas normas, porque pensamos que las que existen tal vez sean suficientes. Sí pretendemos que se cumpla con la normativa vigente, porque la mejor protección para la industria es la igualdad de tratamiento, tanto en el mercado interno como en el externo.

Nuestro sector es muy heterogéneo y tiene diversos problemas. Sin embargo, existen algunas dificultades que son comunes a todos los sectores de nuestra industria, entre ellas: el endeudamiento, la falta de crédito, las tarifas de los servicios públicos y el precio del gas, que hasta ahora era una gran ilusión y se ha transformado en una muy dura realidad.

A fin de ordenar la presentación, nos vamos a referir, en primer lugar, a ciertas asimetrías que encontramos con los países vecinos -dentro del ámbito del MERCOSUR- y, en segundo término, al control bromatológico y de rotulación de los productos alimenticios, que para nosotros es muy importante.

Dentro del MERCOSUR hay dos asimetrías. La primera de ellas es un sistema de detracciones en las exportaciones de Argentina, que hace que a los productos uruguayos les resulte imposible competir en el mercado argentino, por las diferencias que provoca. Con este sistema, Argentina protege al producto terminado y favorece en el agregado de valor a las materias primas de su industria.

Entendemos que esto es contrario a las normas del MERCOSUR y también de la OMC en lo que refiere a la libre circulación de bienes.

Este sistema está provocando, entre otras cosas, que no se efectúen inversiones en Uruguay y que muchas empresas, fundamentalmente multinacionales, se vayan del país. Al respecto, dentro de nuestro sector tenemos ejemplos: Adams, Sudy Lever S.A. y Fleischmann -que es el caso más reciente-, con la fábrica de galletitas Anselmi.

Este sistema de detracciones es muy importante cuando una empresa decide dejar de producir en Uruguay. ¿Por qué? Vamos a poner dos ejemplos. Uno, son los oleaginosos. Argentina estableció detracciones para las semillas de oleaginosos de un 23,5%; para el aceite -que es una primera etapa de industrialización-, de un 20%, y para la mayonesa -producto final-, de un 5%. ¿Qué efecto provoca esto? Que la industria uruguaya que importa semilla argentina la reciba con un encarecimiento del 23,5% con relación a lo que la paga la industria argentina. Si importa aceite, lo paga un 20% más que el industrial argentino.

Con respecto a la mayonesa, viene de Argentina con un 5% de detracción, que allá se le compensa con un 5% de reintegro, o sea que la detracción queda en cero. Como el fabricante de mayonesa uruguayo importa el aceite de Argentina mucho más caro que lo paga el industrial argentino, primero, no puede entrar en ese país porque trabaja con una materia prima más cara y, segundo, se le dificulta la competencia dentro de nuestro mercado por la importación del producto desde ese lugar.

Lo mismo sucede con el trigo, que tiene un 20% de detracción. La harina también tiene un 20% de detracción, pero las galletitas tienen un 5%, compensado con un 5% de reintegro. Es decir que los fabricantes de galletitas uruguayos que importan la harina, o el molino uruguayo que importa el trigo, pagan un 20% más cara la materia prima que el industrial argentino. Esto provoca el mismo efecto: dificultad para entrar en Argentina -prácticamente se hace imposible- y problemas para competir con el producto argentino en Uruguay.

El sistema de detracciones argentino tiene por efecto inhibir la exportación de materia prima a favor de su procesamiento en el país. Asimismo, genera una rebaja de costos para la industria argentina, que no está a disposición de la industria uruguaya. Las empresas argentinas ofrecen precios más bajos que los de la industria uruguaya.

Además de la competencia en el mercado argentino y en el uruguayo, nos encontramos con una competencia en terceros países. Cuando los productos uruguayos quieren ir a terceros países, se encuentran en desventaja

con los productos argentinos.

La otra asimetría tiene que ver con las zonas de promoción industrial de las provincias argentinas de San Luis, La Rioja, Catamarca y San Juan.

SEÑOR TROBO.- Quisiera saber si ustedes o la Cámara Industrial de Alimentos Envasados han realizado algún planteo a la autoridad nacional encargada de las negociaciones del MERCOSUR con respecto a las detracciones y los reintegros.

Nos han presentado una fotografía de la situación pero, como debemos analizar en qué medida podemos disparar un proceso para mejorarla, nos gustaría conocer los datos que ustedes manejan, si se avanza en este tema o si está frenado, quién lo tiene a cargo, etcétera.

SEÑOR PENINO.- Este tema fue planteado en la Dirección Nacional de Industrias del Ministerio de Industria, Energía y Minería, y allí se está tramitando.

Con respecto a las zonas de promoción industrial, voy a ceder la palabra a la contadora Rocha.

SEÑORA ROCHA.- El régimen de zonas de promoción industrial rige para las provincias de San Luis, San Juan, Catamarca y La Rioja. Nos vamos a centrar en lo relativo al IVA, aunque tiene otros beneficios.

Con respecto al IVA, hay tres casos: la comercialización de bienes en la República Argentina -en qué condiciones queda una empresa argentina y una empresa uruguaya-; la venta a terceros países; y la venta al Uruguay.

Con relación a la comercialización de bienes en la República Argentina, el IVA a ventas es facturado y cobrado a los clientes por las empresas que están ubicadas en la zona de promoción industrial, pero no es volcado a la DGI, por lo cual las empresas perciben un impuesto directamente como un ingreso.

El IVA a compras de materias primas semielaboradas se paga con bonos de crédito fiscal solicitados a la DGI, que luego se entregan a los proveedores, por lo que no se realiza ningún desembolso por este concepto.

O sea que todos son beneficios. Cabe destacar que Uruguay no tiene ninguno de esos beneficios. Por lo tanto, para vender un producto a Argentina se paga mayores impuestos y el producto tiene un costo mayor.

En cuanto a la venta a terceros países, sucede lo mismo. Por ejemplo, si un bien se fabrica con un costo determinado y se puede vender a US$ 100, el Gobierno argentino retorna en efectivo el 21%. Eso hace que el precio se pueda bajar e, inclusive, recibir una ganancia. Entonces, ese bien puede salir de Argentina a US$ 80, entrar a nuestro mercado a un costo menor y, por lo tanto, competir en forma desleal; inclusive, en el caso de que se vendiera al mismo precio, la ganancia del producto argentino sería mucho mayor.

Sucede lo mismo con la venta a terceros países. Argentina puede salir a vender a US$ 80, mientras que Uruguay lo hace a US$ 100, lo que también nos está restando competitividad a este nivel.

Además, para una empresa argentina -de la zona de promoción industrial- es más conveniente adquirir la materia prima en Argentina, por un tema financiero; si la importa debe pagar el IVA de importación y el anticipo en efectivo, mientras que si se la compra a una empresa argentina, la paga mediante certificado.

He traído un estudio realizado por la auditoría Tea Deloitte & Touche, en el que se explica profundamente cuáles son los efectos de este impuesto en los tres casos.

SEÑOR TROBO.- Yo tengo entendido que en las últimas horas el Poder Ejecutivo dictó alguna norma vinculada con el ingreso con determinados aranceles de productos que tienen los beneficios de ser industrializados en las zonas de promoción industrial argentinas. ¿Ustedes nos pueden acercar alguna información o dejarnos algún dato o comentario?

SEÑORA ROCHA.- El señor Diputado hace referencia al Decreto Nº 264/003 que está vinculado con un decreto ya existente, el Nº 137/002, que facultaba al Ministerio de Economía y Finanzas a fijar derechos específicos. Este último decreto fija los derechos específicos que aún no lo habían sido para distintos rubros de una lista y le hace una modificación a la forma de cálculo, específicamente, para los productos provenientes de Argentina. La intención es más precisamente de zonas de promoción industrial. Se está tratando de ver el alcance para cada una de las industrias de este nuevo decreto, ya que para los niveles de subfacturación bajaría lo que antes era un específico, con un máximo de un 35% de la tasa aceptada por la OMC, al máximo del arancel externo común que ronda entre un 13,5% y un 21,5%, lo que sería un beneficio menor al que ya se había obtenido mediante el Decreto Nº 137.

Por otro lado, por este decreto, llegado a un determinado precio, el derecho específico desaparecía y ya no se tenía que pagar. Con este nuevo decreto, siempre tendrá que pagarse algo, ya sea la tasa máxima del arancel externo común o el derecho específico. Se está tratando de evaluar los beneficios. Además, en esta lista se suprimieron algunos rubros que eran de interés de los representantes del grupo que está llevando adelante la controversia por las zonas de promoción industrial en la Argentina.

En realidad, en un primer momento se solicitó que se nombrara el árbitro y el Gobierno decidió seguir negociando antes de hacerlo. Por eso se emitió este decreto. Todavía no está muy claro su alcance, ni la instrumentación, porque no hay forma de verificar que la empresa está instalada en una empresa de zona de promoción industrial o factura a través de una que sí lo está. Todavía está en estudio todo ese tema.

SEÑOR PENINO.- Ahora tenemos el segundo tema que es el control bromatológico y de rotulación de los productos alimenticios.

Al respecto, nosotros pensamos que hay normas suficientes, pero nos encontramos con que en la práctica, yendo a la plaza, hay productos alimenticios importados muchos de los cuales no cumplen estrictamente con lo establecido para la rotulación de los productos. No pretendemos que se establezcan trabas sino exactamente las mismas condiciones para los productos nacionales que para los importados.

Ahí hay dos aspectos. Hay productos nacionales que no cumplen con las normas y están en la plaza. Entonces, nosotros encontramos que están fallando los controles. El régimen para el control de los productos importados es el siguiente. En primer lugar, el importador debe registrarlos en la Intendencia Municipal correspondiente, aunque la mayoría entra por Montevideo. En segundo término, interviene el LATU, que debe emitir un certificado de comercialización del producto antes de que este pueda ser puesto a la venta. En tercer lugar, interviene la Dirección Nacional de Aduanas, luego el Área de Defensa del Consumidor y, en algunos casos, el Ministerio de Salud Pública, cuando se trata de alimentos modificados.

O sea que son cinco organismos que, de una forma u otra, participan en estos controles. Nosotros entendemos que hay una falta de coordinación entre ellos que hace que los controles no funcionen bien. Fundamentalmente, hasta el año 1993 el LATU tenía el control del aspecto bromatológico del producto y de su rotulación. Después de que se creó el Área de Defensa del Consumidor, por el Decreto Nº 332 de 1993 se interpreta que el control de la rotulación queda en manos de esa Área y no del LATU. Entonces, cuando entra un producto y el LATU lo controla, lo hace en su aspecto bromatológico, pero si la rotulación no está bien el LATU no tiene potestades para exigir la corrección de la rotulación antes de ponerlo a la venta. El LATU debe emitir igualmente el certificado de comercialización y queda a voluntad del importador corregir el error de la rotulación.

El problema es que después de que el producto entró a la plaza y se desparramó por todo el mercado, los controles son mucho más difíciles. Por otro lado, ese control, que debe realizarlo el Área de Defensa del Consumidor, sabemos que lo hace por denuncia. Y, salvo que se haga una denuncia expresa, no interviene. Por eso nos encontramos con una cantidad de productos que se encuentran en esas condiciones. Entonces, si bien el Área de Defensa del Consumidor tiene que continuar con la potestad de controlar la rotulación en la plaza, pretendemos que se vuelva a dar al LATU la potestad del control de la rotulación junto con el control bromatológico en el momento de la entrada del producto, que es cuando se controla mejor. Este sería el único cambio en la normativa.

Los demás son todos temas de coordinación. Por ejemplo, el trámite de importación de un producto se termina cuando llega a la Aduana el certificado de comercialización emitido por el LATU, estableciendo que

está apto para volcarse al mercado, pero todos sabemos que el producto se pone a la venta sin esperar ese trámite. Para nosotros, eso es una infracción aduanera porque el producto todavía no está "desaduanado" para procederse a su venta. Hace muy pocos días, ocurrió que el LATU detectó que un producto estaba bromatológicamente en mal estado y hubo que salir por la prensa a la plaza a advertir que no podía ser consumido y que había que devolverlo, porque ya estaba vendido. Evidentemente, ese producto estaba en infracción aduanera porque no estaba terminado el trámite de "desaduanización". Eso es algo común.

Entonces, ahí hay un tema de coordinación y de que se aplique ese control, que el producto no se venda hasta que esté certificado, y que el LATU pueda controlar no solamente la parte bromatológica sino también la rotulación. Y después, en la plaza, deben controlar la Intendencia Municipal de Montevideo y el Área de Defensa del Consumidor.

Hay otro aspecto de coordinación que pensamos que falla y es que cuando se va a importar el producto se registra en la Intendencia Municipal de Montevideo o en cualquier Intendencia. Y después, cuando se va a solicitar el certificado de comercialización al LATU, este exige que el producto esté registrado previamente. Pero muchas veces, se registró un producto y cuando llega la importación la rotulación cambió, o sea, es distinta a la que estaba registrada. Se registró una que estaba en perfectas condiciones y después entra otra que no lo está. Ahí, evidentemente, hay un problema de coordinación. Lo ideal sería que hubiera un registro nacional al que pudiera acceder el LATU y ver en qué condiciones fue registrado el producto. En cambio, nosotros tenemos un registro en cada una de las Intendencias al cual el LATU tal vez acceda o no. Ahí también hay un problema de coordinación que creo que se debe solucionar para que los controles funcionen como está previsto.

Además, está el aspecto al que me referí anteriormente: restituir al LATU la potestad de controlar la rotulación en el momento en que se controla la importación del producto.

En cuanto a los alimentos modificados, no están estrictamente establecidos en el código bromatológico nacional y deben ser registrados en el Ministerio de Salud Pública. Muchas veces hemos encontrado en plaza alimentos que no tienen el número de habilitación de Salud Pública, o figuran números sobre los cuales hemos consultado a Salud Pública y no son reales, es decir, se puso cualquier número, inclusive a productos nacionales. Nos encontramos con que Salud Pública no hace un control en plaza en ese aspecto, por su estructura o por el motivo que sea, porque hay muchos productos que no están habilitados.

Este control no lo hace la Intendencia porque corresponde a Salud Pública. Entonces, queda un área que no nadie controla. Tal vez sea un tema de coordinación entre Salud Pública y las Intendencias.

Habíamos conversado con el señor Diputado Trobo la posibilidad de realizar una reunión invitando a la Cámara Nacional de la Alimentación, a la Comisión de Industria y Energía, Minería y Turismo, y a representantes de la Intendencia y del LATU para buscar entre todos coordinaciones y establecer un control en ese aspecto. Les haremos llegar la invitación para participar.

SEÑOR MELLO.- Tenemos mucho gusto en recibir a los representantes de la Cámara Industrial de Alimentos Envasados. Nos han aclarado muchos de los problemas planteados por el señor Diputado Trobo. Efectivamente, son necesarias algunas coordinaciones, y sería muy interesante reunir a los distintos actores involucrados en este tema para desarrollar los aspectos planteados en la Comisión.

Vemos que hay varios aspectos sobre los cuales el Parlamento debería legislar.

SEÑOR TROBO.- Yo quiero hacer una última pregunta.

Existe un ámbito interinstitucional, que debería funcionar con regularidad, en el que participan el Ministerio de Salud Pública y otras organizaciones -algunas de las cuales han sido mencionadas aquí-, que tiene que ver sobre todo con el control de los alimentos modificados. Quisiera saber si ustedes tienen conocimiento de que ese ámbito funcione y tenga regularidad. En algunos casos, quizás haya mecanismos institucionales creados y hay que procurar que tengan la dinámica necesaria; a veces creamos muchas Comisiones y luego no se reúnen y, por tanto, no se puede llevar a la práctica lo que se dispone. Por eso, que nosotros podamos identificar lo que haya y, en la medida en que esté a nuestro alcance, exigir que se ajuste un funcionamiento para ir ayudando a encarar estos temas.

Por otra parte, simplemente a modo de comentario sobre propuesta hacia el futuro, creo que sería importante que la Comisión invitara al señor Ministro de Industria, Energía y Minería -quien está más directamente identificado con relación a los temas que se nos plantean- para analizar con él la visión del Poder Ejecutivo respecto al tema de las detracciones, de las zonas promovidas y de algún otro aspecto, porque esa Cartera seguramente debe tener un liderazgo en lo que es esta coordinación de la que estamos hablando. Me parece razonable proceder en ese sentido sin perjuicio, naturalmente, de considerar que es muy importante la iniciativa de tener una reunión en la que también nosotros podamos aportar ideas y buscar alguna coordinación, por lo menos en lo que hace puntualmente al tema del control de alimentos.

SEÑOR PENINO.- Con respecto a lo que comentaba el señor Diputado Trobo, en el Ministerio de Salud Pública funcionaba una comisión asesora, no estrictamente en los aspectos de alimentos modificados sino en todo lo que es el control de alimentos, porque ese Ministerio es el organismo nacional que controla la parte de alimentos. Existía una comisión asesora integrada por el Ministerio de Salud Pública, la Cámara de Industrias del Uruguay e Intendencias, que estudiaba todas las modificaciones a la ordenanza bromatológica. Sin embargo, esa comisión fue eliminada por decreto y hoy se ocupa de eso simplemente un área del Ministerio de Salud Pública.

Nosotros entendemos que era muy importante como el sistema funcionaba antes porque había un espacio para discutir los temas entre distintas instituciones. Creemos que sería bueno volver a esa comisión asesora.

Solamente nos resta agradecerles la atención y estamos a las órdenes para cualquier aspecto que quieran consultarnos sobre este tema, u otros, con respecto a la industria. Y en el futuro nos interesaría integrar esa reunión para buscar soluciones.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión considera que este es un tema importante, merece nuestra atención y queda a disposición de la Cámara. Y, dentro de los ámbitos que correspondan, haremos todas las gestiones posibles.

Nos parece muy importante esa convocatoria porque va a ser el ámbito donde, precisamente, veremos si se puede coordinar. Este país padece de ese defecto; hay muchas normas, pero también hay muchas chacras por ahí, dispersas, y a veces cuesta coordinar.

Todo lo que podamos hacer me parece muy importante por la industria, por la salud de la población, por la competitividad, por la integración. Hay varios temas a los que la Comisión debe prestar atención. Ya hemos estado viendo el tema de la industria en general y de todos los problemas que existen. Además, existe una convocatoria pendiente al señor Ministro y a la Dirección Nacional de Industrias.

Muchas gracias por vuestra presencia y quedamos a la orden, como siempre.

(Se retira de Sala la delegación de la Cámara Industrial de Alimentos Envasados)

(Ingresa a Sala la delegación de Empresa Bognor S.A.)

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión tiene mucho gusto en recibir a la delegación de la firma Bognor S.A., integrada por el señor Pedro Darracq y el contador Alejandro Pérez.

Hemos recibido en algunas oportunidades a los trabajadores de vuestra empresa, de la ex empresa OFEROL y de la UNTMRA, preocupados por la situación laboral. Entonces, queríamos conocer en detalle cuál es la situación de la empresa, sus perspectivas, y cómo es el relacionamiento con los trabajadores. Ellos manifiestan en la última nota y en su última presencia en la Comisión las expectativas que tenían con respecto a la producción de la camioneta Niva y, de alguna forma, también manifestaron una supuesta falta de diálogo con la empresa.

La Comisión considera que este sector de la industria es muy importante para el país y desearía que la actividad de la empresa fuera completa y se cumplieran todos sus propósitos. En tal sentido, queremos conocer cuáles son las perspectivas y la situación de los empleados.

Ese es el motivo de la invitación y les agradecemos vuestra presencia.

SEÑOR DARRACQ.- Gracias por recibirnos. Me gustaría hacer un poquito de historia para ubicarnos en el presente y hablar mucho más del futuro, que es lo que nos importa a todos. Nosotros desarrollamos actividades desde el año 1997 hasta diciembre de 2002 con la empresa OFEROL, la cual tenía un "joint venture" con la empresa PCA. Durante ese período pudimos, por suerte, trabajar muy bien, exportar y funcionar con la problemática natural que el negocio implica. Compartiendo el punto de vista de la gente de la UNTMRA, concretamente, pienso que todos vivimos buenos momentos en el sentido de que pudimos trabajar y pagar en forma y en fecha, en fin, cumplir con todas las obligaciones.

Como ustedes verán, la región está muy convulsionada y los mercados se colapsaron en los últimos tres años, hemos tenido variaciones y desenlaces que no eran los previstos. Por lo tanto, las políticas de las empresas multinacionales, su previsión en cuanto a las inversiones y al desarrollo de los mercados, no se cumplió. Las pérdidas fueron muy grandes y tuvieron que hacer grandes ajustes para seguir sobreviviendo en mercados, realmente, muy difíciles, como es el brasileño y el argentino. Ello llevó a que en la mayoría de las multinacionales lo primero que ocurriera fuera el lógico y claro achique de estructuras; entonces, siempre se distingue cuáles son las plantas propiedad de la empresa donde se han hecho las inversiones más importantes y cuáles son negocios coyunturales con plantas asociadas para modelos y operaciones puntuales.

En el caso nuestro, PCA hizo una inversión muy fuerte en Brasil, en su nueva planta de Puerto Real, donde superó los US$ 1.500:000.000, e hizo una inversión muy fuerte en Argentina, en la planta de Palomar, donde también pasó los US$ 600:000.000 o US$ 700:000.000. En un mercado colapsado tanto, argentino como brasileño, y con inversiones muy fuertes que no se han podido amortizar con plantas que están ocupadas al 20% o 30% de su capacidad, es lógico que tuviéramos la reestructura. Dentro de esa reestructura, nosotros estábamos abocados a la producción del modelo Citroën Xsara, que es un modelo que, en el mercado, curiosamente compite con su "hermano" o "primo", que es el Citroën Picasso. Y en la región, las medidas comerciales que apuntan a la reorganización de las compañías hacen que la competencia interna no sea aceptada. Por lo tanto, la decisión fue priorizar el Citroën Picasso que se produce en Puerto Real y dar de baja la producción y la venta del Citröen Xsara dentro de lo que es el mercado regional argentino y brasileño. Entonces, nuestro modelo quedó sin futuro y la operación con PCA llegó a su fin. En ese momento, siguiendo la tradición de OFEROL -que ha tenido un correcto comportamiento en cuanto a sus obligaciones y compromisos, tanto con el Estado como con los bancos que la apoyaron en sus principios- y como no teníamos un futuro claro, nos pareció que lo más sano era poner un punto final OFEROL pues no había posibilidad de seguir. Entonces, con fecha 31 de diciembre se liquidó a todo el personal de OFEROL, sin excepción -o sea que OFEROL no tiene personal en estos momentos-, y se le pagó completamente todo lo que se laudaba por concepto de licencia, vacacional, despido; es decir, todo lo que la ley estipula más un 20% de compensación a efectos de no tener ninguna discusión y poner un punto final. Ese día cerramos la operación de OFEROL.

En lo personal -y quien me acompaña, el señor Pérez-, lo que hemos hecho fue desarrollar productos en el área automotriz y comercializarlos, así como aprender a cerrar el circuito, concretamente, en esa área. Es lo que sabemos hacer e intentamos seguir con el negocio, buscando otras oportunidades para la explotación de exportación de automóviles. En eso estamos y, como ustedes entenderán, los procesos dentro de una planta industrial automotriz no son acciones que se puedan tomar de un día para el otro. Cuando uno determina que va a detener una operación hay todo un tiempo de preparación; durante aproximadamente un año, todo el mundo sabía cuál iba a ser el desenlace, porque no son decisiones que uno las toma así como así.

No se puede liquidar un stock en segundos. Hay un montón de operaciones a futuro que tienen que ser terminadas, procesadas y finalmente, exportar.

Por lo tanto, durante el último año estuvimos trabajando fuerte, buscando posibilidades de continuar con lo que era nuestra actividad. Si bien no lo haríamos con OFEROL, sí desarrollaríamos lo que sabemos hacer, o sea, fabricar autos. En ese sentido, debemos concentrarnos en el presente y en el futuro.

Como manifesté anteriormente, el problema que existe -al que ustedes no son ajenos- es que las ventas de autos han caído dramáticamente. Si observamos el mercado local, vemos que en los últimos diez u once años hubo una media de 27.000 o 28.000 autos y este año no sé si llegaremos a los 3.000 en el mercado interno.

En Argentina, aunque no es tan dramático, sucede algo similar: tenían un mercado de 300.000 o 400.000 autos y este año, inclusive con la reactivación, quizás lleguen a los 70.000 u 80.000.

Evidentemente, hace cinco o seis años en esta región las proyecciones mostraban que habría otro tipo de consumo, pero hoy no es así. Y las multinacionales se prepararon para tener producciones acordes a un mercado que hoy no existe. Por lo tanto, en este momento están con políticas de emergencia para intentar salir de la dramática situación por la que pasan, inclusive en mercados como el norteamericano. Si ustedes leen las revistas o los diarios, podrán observar que empresas de primer nivel como Ford o Fiat están planteándose si tendrán futuro. En este momento, las políticas de las empresas multinacionales son las de sobrevivir, tener la menor pérdida posible y adecuarse a la realidad del mercado en el que se encuentran. La forma en que algunas empresas han conseguido sobrevivir -por supuesto que, con achiques salvajes, con amputaciones que, a veces visto desde este ángulo, desde el sur, no resulta lógico, pero sí lo es cuando las decisiones se toman en el hemisferio norte- es cerrando plantas o transfiriendo modelos de un país a otro. Eso ha llevado a que en estos momentos sea imposible sobrevivir y tener algún espacio con las marcas tradicionales, porque si lo analizamos vemos que todas las plantas que hay en Argentina y en Brasil -me refiero a estos dos, porque el resto de los países no cuentan con una actividad industrial fuerte- tienen una capacidad de producción muy pequeña comparada con la necesaria para amortizar los costos fijos. Nos encontramos con el gran problema de que los costos no son disueltos por un gran denominador de producción y, dicho en buen romance, si las multinacionales están pasando mal, para quienes no lo somos, las posibilidades son realmente muy reducidas o prácticamente nulas.

Uruguay antes se veía como un excelente complemento para los modelos nicho, de baja cadencia, ya que para las fábricas multinacionales grandes los modelos de baja cadencia eran una molestia. Por esa razón, Uruguay era el complemento ideal ya que tenía la capacidad y flexibilidad de lanzar modelos de baja cadencia, complementando así la serie que las multinacionales producían en gran cadencia.

Como la realidad ha sido tan cruda, la necesidad de no despedir gente o de minimizar los problemas ha llevado a que las grandes fábricas multinacionales hayan desarrollado también la capacidad de producir en bajas series. Por lo tanto, lo que antes era una posibilidad para nosotros -no digo exclusiva pero nos venía bien, hoy en día casi no existe y los espacios son cada vez más reducidos.

Sin embargo, en nuestro espíritu está siempre el ánimo de encontrar la solución. Entonces, en el último año o año y medio hemos tratado de buscar qué podemos hacer nosotros dentro del cuadro que tenemos, tomando en cuenta que los mercados estarán colapsados y que las multinacionales, para poder sobrevivir, deben anexar nuevas compañías para permanecer en los puestos de liderazgo en el mundo.

Si ustedes analizan el mapa mundial de las compañías verán que ya no existen grandes, medianas y pequeñas sino que las grandes van comprando y absorbiendo a las pequeñas. Las posibilidades que nos quedan son pocas y hemos visto que la industria, tal como la conocíamos, no la vamos a tener más. Pienso que el 31 de diciembre de 2002 se cierra una etapa en la cual el Uruguay y su industria automotriz podían trabajar para multinacionales, comprarles las piezas, fabricar el producto y volver a venderles el vehículo y, una ínfima parte, también podían venderla en el mercado local. Digo esto porque, generalmente loa modelos de baja serie son de gama mediana alta o gama alta y no se consumen en nuestro mercado. Es decir, que nosotros no tenemos un producto que esté adaptado a lo que se consume en Uruguay, que, en general, son vehículos utilitarios. Por lo tanto, las condiciones para seguir trabajando en la industria automotriz uruguaya, tal como la conocimos hasta diciembre de 2002, personalmente pienso que no se van a dar en forma similar en muchos años. Como todo es pendular, quizás dentro de unos años volvamos a tener una situación parecida pero, de momento, no es así.

Como todos debemos sobrevivir y tenemos que desarrollarnos, necesitamos soluciones ya, para este año, para el que viene, y para los próximos cinco o seis años, porque los mercados van a ser similares.

El gran cambio que nosotros vemos como necesario es el siguiente. Antes, solamente nos dedicábamos a la industrialización del producto. Había una compañía que desarrollaba y diseñaba un producto, nos enviaba las piezas desarmadas, las recibíamos, montábamos el vehículo según las normas y los procesos que exigía, y le volvíamos a entregar el producto para que ella lo comercializara. Hoy eso se terminó. En el futuro, si queremos seguir en este negocio o si el Uruguay pretende tener industria automotriz, deberemos cumplir todas las etapas de una gran compañía. Deberemos realizar todo el proceso: investigación, desarrollo del producto, industrialización y comercialización. De una etapa del proceso, deberemos pasar a hacer las cuatro.

A simple vista, suena complicado pero cuando uno empieza a buscarle la vuelta encuentra que existen posibilidades, que son realmente complejas pero están. Nos hemos dado cuenta de que la única manera de tener posibilidades ciertas es tratando de hacer lo que los demás no pueden.

Como las marcas que quedan libres para poder trabajar son escasas -pues como dije anteriormente, las grandes multinacionales han ido comprando a las marcas medianas y pequeñas- buscan desarrollar o adaptar marcas que no han podido ingresar a los mercados argentino, uruguayo y brasileño por no cumplir con cierto desarrollo técnico. Nosotros nos abocamos a eso. Estamos trabajando en dos grandes ramas: una en el modelo Niva -como usted bien decía- que es un vehículo de la marca Lada, que tuvo un ingreso inicial muy importante en la década del noventa, con un éxito en base a precio y no a calidad, pero luego al no llegar al precio la marca desapareció. De todo eso ha quedado algo bueno, que es el modelo Niva, un cuatro por cuatro, utilitario, que realmente ha demostrado tener condiciones fuera de ruta y ciudadanas muy atractivas. Es un auto agradable que ha perdurado en el tiempo, lo que ha llevado a que se distinga de los demás de su propia marca. Sobre este modelo adaptamos una motorización diesel y estamos trabajando en eso.

Cuando usted analiza lo que pasa en los mercados brasileño y argentino ve que estamos en un MERCOSUR que es muy salvaje, y si bien no existen barreras arancelarias sí existen barreras técnicas y burocráticas que hacen que si no se tienen las homologaciones o los permisos que posibilitan la comercialización del producto es lo mismo que no tenerlo. En eso estamos trabajando desde hace exactamente dos años y medio si bien todavía no hemos conseguido poner a punto el producto para que cumpla con todas las normas técnicas que Brasil exige hoy en día.

En Brasil, el mercado de los autos diesel está exclusivamente limitado a los vehículos utilitarios de alta capacidad, es decir, carga mínima de 1.500 kilos, o a los cuatro por cuatro. Allí, las normativas para motores diesel pequeños son muy exigentes en comparación con las de los motores diesel medianos o grandes. En el caso del Niva, utiliza un motor diesel pequeño, y la superación de esas barreras es un desafío muy fuerte. Estamos trabajando en ello pero aún no lo hemos conseguido.

En la región, el factor de la inseguridad es creciente. Hoy en día hay un fenómeno social en el que las ciudades de más de siete u ocho millones de habitantes tienen serios problemas de seguridad. Y hay un mercado, dentro del mercado recesivo, que está teniendo un crecimiento explosivo: me estoy refiriendo a los coches blindados. Vimos que existe un vacío que hasta ahora nadie ha podido llenar y estoy hablando de que quien quiere un vehículo blindado necesita ir con su coche a otra compañía -una blindadora- que debe realizar prácticas sobre el vehículo. En definitiva, lo van a blindar, pero van en contra de todo lo que hizo la terminal para darle seguridad y continuidad en los procesos de fabricación.

Por un lado, las terminales tienen el problema de que no pueden comercializar sus productos y, por otro, están al lado de mercados que están realmente ávidos de productos, como es el caso de los autos blindados. Y hasta no han podido encontrar un esquema de blindaje por el que, si bien proteja a las personas en su interior, a la vez, mantenga los principios de concepción y de fabricación del vehículo. Es un espacio que hasta ahora nadie llenó y estamos trabajando en ello.

Estamos exportando vehículos Sang Yong y estamos tratando de hacernos conocer, realizando los ensayos técnicos, que no son sencillos. En lo que respecta a ensayos y homologaciones, no hay laboratorios ni en Argentina ni en Brasil, solo cuentan con ellos Estados Unidos y en Alemania, y en todo ese tipo de ensayos y demás tenemos el problema de los traslados y de los costos. Para ensayar un vehículo blindado, primero hay que hacerlo y luego romperlo, por lo que los costos son realmente altos.

Por suerte en esa dirección estamos y dentro de mes tendremos un laboratorio de "I+D", o sea, de investigación y desarrollo en ese sentido, y contar con productos que llenen el vacío del que hablamos.

Hacia eso queremos ir. En cuanto al relacionamiento, tanto Pérez como yo, vamos a todos los lugares desde donde nos llaman o somos invitados. Creo que hemos tenido un buen relacionamiento con la gente del UNTMRA pues desde octubre 1996, fecha en que abrimos las puertas, hasta el 31 de diciembre de 2002, que las cerramos, no hemos tenido problemas serios.

El arranque es realmente difícil; implica un equilibrio muy complejo puesto que el capital que hay que tener es importante y hay unas cuantas cosas que no se tienen que hacer con dinero sino con los dos parámetros

que quedan: el tiempo y la inteligencia. Hay que lograr un equilibrio por lo que, reitero, para nosotros el arranque no es fácil.

Hemos leído la versión taquigráfica que gentilmente nos enviaron y observamos que sobre el punto hay un montón de cosas sobre las cuales nosotros tenemos una visión diferente. En lo que respecta a Pérez y a mí, el día 11 de febrero no firmamos ningún convenio ni ningún acuerdo; simplemente se trató de un acta en la que se expresó la voluntad de cada una de las partes. No sé si la Comisión tiene ese documento; si no es así, se lo podemos alcanzar.

Después de eso hay una sucesión de hechos que desde el punto de vista personal no entiendo. Todo lo que hemos hecho hasta ahora ha sido tratar de mantenernos en ese equilibrio de supervivencia y todas las personas que nos acompañan ya estaban con nosotros. Así que todo lo que se dice o está escrito, no es compartido por nosotros.

SEÑOR MELLO.- Nosotros recibimos algunos datos a través del UNTMRA, que estuvo días pasados, y de los trabajadores.

Frente al panorama que los visitantes de hoy plantean respecto a la historia y el futuro, nosotros entendemos que las cosas se complican.

Los trabajadores realizaron su planteamiento y una de las preguntas que quiero formular ahora es qué número de personas piensan que podría seguir trabajando en la empresa y, con una visión de futuro, qué posibilidades habría de mantenerlos en ella. Nos planteaban que el 24 de julio a muchos de ellos se les terminaba el seguro de paro, y esta es una de las preocupaciones que tenemos. Por otro lado, entendemos la búsqueda que han establecido con respecto a nuevos mercados y a un nuevo enfoque de la empresa industrial.

A su vez, quisiera saber cómo ven este nuevo panorama planteado con respecto al MERCOSUR porque vemos que en Brasil y Argentina están los mayores emprendimientos en el área automotriz y cómo ven en ese marco la instrumentación de nuevas políticas desde el punto de vista macroeconómico y de los intereses del Uruguay, lo que podría estar en un horizonte no muy lejano en cuanto a acuerdos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Como he manifestado, el tema de la industria automotriz en esta Comisión ha sido planteado varias veces.

El entonces Ministro Abreu concurría a este ámbito cuando se hacían los acuerdos y recuerdo que lo veíamos con ciertas expectativas porque nos parecía que el país actuaba con inteligencia con dos grandes productores, buscando nichos para poder ubicarse en el exterior. Además, en el Período pasado conocimos la planta, y nos impresionó la forma de trabajo.

El señor Darracq ya se expresó en cuanto a la situación de la región; todos los acuerdos quedaron por el camino; supongo que esto es así.

Por supuesto que esta Comisión no tiene competencias específicas en asuntos laborales -hay otra Comisión especializada en el tema-, pero como para nosotros el sector industrial tiene suma importancia y siempre hemos estado muy interesados y vinculados con él porque nos parecía una experiencia muy positiva para el país, hecha con mucha inteligencia, precisamente buscando nuevos nichos, quisiera saber si los trabajadores manejan algún plazo respecto al reinicio de la actividad, cómo sería el relacionamiento con el sindicato, con el UNTMRA, y si en esa perspectiva pueden apreciar cuáles serían los plazos.

SEÑOR DARRACQ.- El año pasado teníamos una media aproximada de producción de 370 a 400 vehículos por mes. Para producir esto en OFEROL éramos 150 personas, y había otras 50 más relacionadas con empresas que nos brindaban seguridad, vigilancia, en fin, logística.

Actualmente, en BOGNOR tenemos una cadencia de un auto por día y somos 50 personas. El vehículo Citroën Xsara que producíamos llevaba, aproximadamente, 50 horas, y el vehículo que producimos ahora nos lleva más de 300 horas. No tiene nada que ver una cosa con la otra.

En cuanto a la cantidad de personas que podríamos emplear, está en una relación de proporción directa con las ventas que se puedan realizar. De todas maneras, en estos momentos pensamos que de acá a fin de año no vamos a poder tomar más personas que las que tenemos. En la actualidad hay cincuenta personas trabajando y de aquí a fin de año estimamos que, de tomar personal, no serían más de 10 trabajadores. No vemos que pueda haber cambios tan significativos que nos permitan pensar en una cantidad mayor.

Respecto al relacionamiento, nosotros, Pérez y yo, hemos tenido la siguiente política. Los puestos de gestión, de supervisión, los puestos medios, han sido cubiertos con operadores de línea. O sea, dentro de nuestra estructura tratamos de no incorporar gente en la parte superior de la pirámide sino en la base. Entonces, todos los desarrollos y los trabajos que estamos realizando los hacemos con gente que nos acompaña desde hace muchos años.

La cifra exacta de personal, incluyéndonos, es de 50 personas. Si tomamos una media de antigüedad de este grupo, el 50% tiene más de quince años trabajando en el tema, es decir que se trata de personas que venían desde la época de FIAT, FIAT AUTO, FIAT IAMSA, SEVEL URUGUAY, OFEROL y ahora BOGNOR. Gente que está en esa misma fábrica desde hace más de quince años. Y somos las personas que hemos seguido todo el desarrollo.

Es imposible que el entorno que vive con nosotros y el que está a nuestro lado no sepa realmente qué estamos haciendo todos los días. No se trata de una gran multinacional que tiene un departamento de proyectos que está en un lugar cerrado, a quince quilómetros, y una fábrica de producción que lo único que hace es producir. No es así. En nuestra estructura yo tengo que hacer de encargado de diseños industriales y Alejandro es el encargado de la parte financiera; después debo encargarme de qué vamos a comer mañana pues la parte de la cocina la gerencio yo y después él se encarga de todo lo que es la planta de tratamiento. Es decir que hay una multiplicidad de acciones y de tareas que sería imposible realizar si uno no fuera polivalente.

Entonces, ¿qué ocurre? Todas las personas que hoy trabajan con nosotros y sus ex compañeros -que hace más de veinte años que están todos juntos, y que también trabajaban en OFEROL- no solo tienen una convivencia de quince años de trabajo, sino que además son vecinos o son parientes. En fin, ahí hay una realidad que no podemos evitar.

Entonces, ¿a dónde vamos y qué hacemos en esta actividad? Lo que hoy se diseña es lo que uno vive un año después; es decir, hoy estamos viviendo lo que diseñamos hace un año. Por esta razón, esta actividad no se puede improvisar de un día para otro; se puede improvisar un porcentaje mínimo; el resto tiene un año de preparación. Y esta preparación es vista por todas las personas que nos rodean. Si bien hay detalles menores que no se dan a conocer, en la práctica, los detalles medianos o las grandes líneas se ven. Hablemos de detalles. Cuando nosotros probamos o traemos los vehículos, lo único que nos separa de Camino Carrasco es un alambrado. O sea que todas las personas que viven enfrente, los vecinos, lo pueden ver. Es algo que no es privado., Además, como se dice, "pueblo chico, infierno grande"; hay movimientos que no se pueden eludir. Creo que no hay que hacer misterio donde no lo hay.

Entonces, hay cosas en las cuales el futuro se presenta muy complejo como por ejemplo en el relacionamiento. Desarrollar una tecnología nueva es algo para lo que no estamos preparados, pero lo estamos haciendo. Sí estábamos preparados para industrializar, pero no estamos preparados para comercializar. Son todas actividades nuevas que exigen que uno esté preparado desde el punto de vista de la compañía y de la organización lo que requiere que se tengan esquemas flexibles de forma tal que le permitan superar todas esas cosas.

Hay gente que durante muchos años vivió cambios de compañía -de FIAT pasaba a FIAT IAMSA, luego a FIAT AUTO, a FIAT URUGUAY, después a SEVEL y por último a OFEROL-, pero en realidad ello no significaba nada porque se trataba de la misma planta, el mismo puesto de trabajo. Simplemente, cambiaba la razón social de la compañía. En el caso de OFEROL, se pasó de un vehículo FIAT a uno Citroën.

El verdadero cambio es el que se ha dado ahora, porque tenemos un concepto de fábrica diferente al anterior, y eso afecta todo, porque hay gente que lo entiende, otra que no, y otra que lo entiende, pero no lo comprende; se dan las mezclas que se puedan imaginar.

Contestando su pregunta puedo decir que no somos muy novedosos en lo que estamos haciendo; se está viendo a diario.

SEÑOR PÉREZ.- Quisiera complementar lo que dijo el señor Darracq.

Hay una cosa que es difícil de explicar a todo el mundo, pero que los señores Diputados van a comprender perfectamente y en forma inmediata.

Cuando en el marco de OFEROL trabajábamos para fabricar un producto que venía totalmente diseñado y lo que debíamos hacer era seguir manuales de operación que venían diseñados desde el exterior y pagar muchas horas de capacitación para que se lograra ejercer las funciones de tal manera de sacar un producto de calidad como el que exigía la marca, lo importante era la cantidad de operaciones ejecutadas. Digamos que no era necesario tanta planeación ni programación previo a las acciones, porque venían bastante digeridas. En cambio, había que poner mucho cuidado, atender mucho lo referente a la calidad y tener muchísima capacidad para poder desarrollar eso, de acuerdo con las normas que indicaba otra compañía.

Cuando desarrollamos los productos, como en el caso de Niva o de un blindado, realmente hacemos un trabajo previo. Por ejemplo, en el caso de Niva, tuvimos que pensar cómo hacer para que ese producto se viera más moderno porque tiene un diseño muy clásico. Entonces, tuvimos que "aggiornarlo" y pensar cómo lo podíamos plantear para que ese auto, que tiene un antecedente quizás un poco complicado, pero que es muy bueno, pudiera tener un service en toda la región y así no depender de alguien que mandara piezas desde Rusia. En este sentido, hicimos algunos intentos de "joint venture", algunos con éxito, a efectos de generar un service. En el caso del blindaje tuvimos que hacer el desarrollo completo porque no existen procesos con conceptos de terminal para blindar un automóvil; lo que existen son talleres puntuales y artesanales que blindan automóviles. Si usted lleva su vehículo a alguno de estos talleres y dice que lo quiere blindar, lo desarman, lo blindan, y lo vuelven a armar, pero no con el concepto de terminar con la complementariedad que implica un proceso productivo.

Entonces, eso implica que debe haber muchas horas de escritorio y de seso, desarrollando, planificando y negociando. Eso es algo que quizás sea difícil de entender, y el señor Bianchi y alguna otra persona lo señalan perfectamente en la versión taquigráfica cuando explican que hay una macrocefalia, en el sentido de que hay pocos operarios y otro tipo de trabajadores. Efectivamente, anteriormente trabajábamos con un ingeniero y ahora hay cuatro, pero son absolutamente necesarios, ya que no es posible trabajar de otra manera. Además, necesitamos personas que desarrollen programas de software para presentar el producto en el exterior. No podríamos explicar cómo se fabrica un vehículo si no lo mostramos y a veces el cliente no está dispuesto a trasladarse a la fábrica. Por lo tanto, hay que plantearlo en un programa de computación y presentarlo bien para que resulte interesante, atractivo y pueda llevarse adelante.

Todo esto cambió nuestra estructura este año y llevó a que todas aquellas personas que en el pasado no significaban un número tan importante en el volumen total, hoy sean absolutamente necesarias para llevar a cabo todos esos procesos previos a la venta.

Además, hay otro punto muy importante. Nosotros creemos que existen muchas posibilidades, pero lo que nos genera más incertidumbre -al igual que a estas personas- es el tiempo. Y ojo que tenemos muchísimo respeto por ellas y que comprendemos perfectamente la situación que están viviendo, porque no es agradable pensar que el medio de manutención que tenían, el orgullo que les generaba tener un trabajo, la posición que les daba, quizás hasta en la zona, hoy está pendiente de que surja un negocio o no. Entonces, creemos que es lógico que se tome una serie de posiciones y de actitudes y que se luche por lo que se cree que corresponde; pienso que todos lo tenemos que hacer.

Pero, como dije, el negocio cambió dramáticamente; nosotros estamos poniendo todo nuestro interés, nuestro trabajo y dinero para que esto salga adelante, porque creemos que tiene muchísimas posibilidades. En la industria automotriz, cuando exportamos un producto, se obtienen US$ 10.000, US$ 15.000 o US$ 20.000; si analizamos los números, veremos que un 25% de ese dinero es una divisa neta, es decir, es una ganancia bruta que entra al país. Por lo tanto, cuando sale un auto, US$ 2.500 quedaron en el país, y eso el UNTMRA lo muestra claramente.

Por otro lado, existen acuerdos internacionales interesantísimos que nos permiten entrar a Argentina, Brasil y México, mercados en los que estamos tratando de trabajar, y en los que hay posibilidades muy interesantes, dejándole una ganancia muy importante al país. Pero eso lleva tiempo, y es así por dos o tres cosas. Una de ellas es que estamos en la etapa de desarrollo; estamos generando los productos, mostrándolos y excitando al mercado para que los consuma. Otra es que la situación regional es muy confusa, por lo que cuando se van a plantear negocios nuevos todo el mundo tiene miedo. Entonces, es difícil convencerlos porque no estamos atravesando un momento en el que todo el mundo esté ganando como para poder decir que utiliza el resto para presentar el producto. Y otra de las razones es que las grandes marcas están compitiendo como pueden. Por ejemplo, traje dos suplementos de un diario importante de Uruguay; en uno de ellos, con fecha 7 de julio, se señala que la firma FORD tiene graves problemas, y en el otro, del 21 de julio, se habla de la firma FIAT. Estamos hablando de una situación compleja, y todo esto hace que los plazos sean más inciertos y que haya más gente que convencer; en fin, el proceso es un poco más lento.

Por lo tanto, contestar la pregunta del señor Diputado es muy difícil. Apoyamos lo que dijo el señor Darracq en el sentido de que tenemos cierta cantidad de gente y que sabemos que con ella vamos a poder llevar adelante este año el proyecto tratando de hacerlo crecer, pero no sabemos lo que puede pasar el año que viene; con seguridad no lo sabemos.

SEÑOR ALONSO.- Hemos comprendido muy bien la situación de la empresa, de acuerdo con la presentación que hicieron los titulares. De todos modos, tengo algunas dudas con respecto al mercado y a las acciones colectivas del Uruguay, que es lo que más me preocupa. También tengo una inquietud puntual con respecto a la empresa.

Está claro que Uruguay ha desarrollado en el sector automotriz una industrialización de modelos que no estaban incorporados a las grandes industrias regionales y supongo que en la caída notoria del volumen de operaciones las marcas discontinúan esos modelos o los incorporan a capacidades ociosas de las plantas mayores, que tienen costos fijos muy elevados y deben absorber por la vía de producciones, que quizás no estén alineadas dentro de un proceso de máxima eficiencia. Es natural que eso se dé de esa manera.

Sabiendo que la región actualmente tiene una volatilidad difícil de predecir, me gustaría saber si en la estimación del empresario uruguayo -con Brasil en una posición distinta a la de Uruguay y Argentina- hay alguna perspectiva de que, no ya en el corto plazo y quizás tampoco en el mediano, sino en un par de años se pueda llegar a volúmenes que permitan retomar una senda de desarrollo de productos de nicho. Esta pregunta va concatenada con otra y es de qué manera podemos colaborar o contribuir para que la industria automotriz uruguaya supere la situación en un programa de mediano alcance y sobreviva como pueda sin desafectar alguno de los recursos que son especialmente valiosos y que ustedes conocen, ya que nos decían que trabajan con gente que está realizando sus tareas en la misma planta desde hace veinte años; quizás los mayores tengan cuarenta años, por lo que están en plena capacidad productiva y tienen una especialización determinada.

Entonces, nuestra preocupación va dirigida al no desmantelamiento de la potencialidad de la industria, suponiendo que en la región se pueda volver, si no a los volúmenes que teníamos antes de enero de 2002, a una situación que nos permitiera retomar un desarrollo de la industria en ese mismo sentido.

Por otro lado, me gustaría saber de qué manera el modelo de integración que tenemos hoy en la región -que pienso debe ser el mercado natural al que ustedes pretenden llegar, ya que mencionaron puntualmente el caso de Brasil-, se ajusta o no a las necesidades del sector para el desarrollo de ese esquema, pero también para el de otros alternativos que ustedes están planteando como, por ejemplo, el desarrollo de los productos específicos con ingeniería propia y con una cadena de producción que llega a la comercialización del producto. Sería bueno saber si es que a nivel de negociaciones con la Cancillería, dentro del Grupo Mercado Común o de los subgrupos que correspondan, Uruguay debería realizar ajustes imprescindibles en defensa de este sector industrial o si deberíamos pensar en transformar alguna de las realidades que hoy dan marco a nuestras relaciones comerciales, en este caso, con respecto a una industria que es muy pesada y en la que notoriamente opera un enfrentamiento entre Argentina y Brasil, y que se verifica en cada una de las instancias de la integración.

Con respecto a la empresa, ustedes dijeron que se procedió a la clausura de OFEROL y que mantienen la operativa con otra razón social. OFEROL está liquidada, pero con respecto a la situación crediticia, la

empresa que actualmente está en funcionamiento, ¿se nutre del financiamiento de la banca local o tiene financiamiento propio? Se trata de una duda que me pueden contestar o no. En concreto, lo que estoy preguntando es si tienen capacidad para conseguir recursos en caso de que esa línea de productos tuviera un desarrollo como el esperado o mejor, porque el componente de capital siempre es imprescindible para cualquier tipo de emprendimiento.

SEÑOR DARRACQ.- Vamos a tratar de contestar las preguntas de la mejor manera posible.

Para que lo señores Diputados tengan una idea de cómo es la estructura del negocio voy a decir lo siguiente. Cuando se trabaja con piezas que vienen del hemisferio norte, se requiere la programación de poner la pieza en funcionamiento en Europa, su embarque, la espera de su llegada y de que esté disponible, que tengamos todas las piezas regionales que la complementan para poder colocarla en la línea de producción, producir el auto y tenerlo pronto para vender; eso lleva, aproximadamente, entre ciento cincuenta y ciento ochenta días. Por lo tanto, en este negocio la necesidad de capital es infinita, no tiene límites, puesto que si se tiene la suerte de trabajar a 400 autos-mes, se deberá tener la capacidad financiera como para soportar dos mil cuatrocientos autos. Entonces, cuando vemos esas cifras y golpeamos puertas, no encontramos a nivel personal o bancario local alguien que tenga la capacidad de financiar esa operación. Por lo tanto, la única manera...

(Se interrumpe la grabación)

...o sea la mano de obra, los impuestos locales, no la mercadería. Y uno de los grandes cambios que hemos tenido ahora es que eso no lo tenemos más, o sea que estamos trabajando para tener un proceso y un medio que lo pueda llevar a cabo; después necesitamos que alguien de afuera a quien le interese realmente y lo vea atractivo invierta en ello, venga aquí y sea capaz de soportar toda la operación.

Hoy en día -voy a brindar otro dato para que visualicen la situación- estamos con el producto Sang Yong, que son camionetas "sport utility", con una motorización Mercedes Benz -no sé si lo ubican-, con una producción a razón de una por día, lo que da veintiún vehículos por mes y los estamos exportando en el orden de los US$ 28.500 cada vehículo. En el caso de traer piezas de Corea, se necesitan más de ciento ochenta días porque los fletes desde ese país demoran más, se necesita hacer más trasbordos para llegar; por lo tanto, cuando se trabaja con Corea las necesidades de capital son mayores. Entonces, lo que necesitamos es que nuestro cliente soporte a nivel personal lo que es la inversión de comprar las piezas en Corea -si no se pagan no las embarcan-, todas las piezas regionales y lo que es la carga pesada de toda la inversión que se necesita para producir. En estos momentos, a un vehículo por día son veintiún vehículos por mes y en seis meses son alrededor de ciento veinte o ciento treinta vehículos. Si hacemos la cuenta, se necesitan aproximadamente US$ 3:500.000 o US$ 4:000.000 para poder funcionar. Hoy en día el Uruguay no tiene capacidad como para manejar estas cifras; nosotros tampoco la tenemos en forma personal y si se acude a cualquier institución bancaria oficial, paraoficial o privada, en este rubro que es la industria automotriz -a la cual consideran no riesgosa, pero sí no tradicional-, no se obtiene el crédito. O sea que la herramienta crédito, que es esencial para que este negocio funcione, no la tenemos y vemos que tampoco la vamos a tener. En nuestro desarrollo como modelo tenemos que pensar que el crédito tiene que venir desde el exterior, que no lo vamos a encontrar aquí.

En cuanto a lo que son las políticas que Uruguay tiene como negociación en el MERCOSUR, en lo personal creo que la negociación fue muy buena. Como el señor Presidente comentaba, fueron negociaciones muy difíciles y pienso que Uruguay sacó el mayor provecho posible. Pienso que inclusive las universidades uruguayas hicieron maravillas para el poco margen de operación que tenían, ya que es muy difícil negociar con Argentina y con Brasil, en una mesa, cuando todos están de acuerdo en tener un arancel común de 35% y Uruguay insiste en el 23%, en proteger el mercado local cuando las decisiones han sido de no protegerlo. No digo que hayamos regalado el mercado uruguayo, pero está a disposición de las compañías argentinas y brasileñas que vienen con cero arancel.

Hoy en día, nosotros vamos a tener un producto que es el Niva, que se va a ajustar a lo que es el mercado de utilitarios. El mercado uruguayo no es de mediana ni de alta gama, sino de utilitarios.

Actualmente, el marco de negociación para exportar es muy bueno; lo que hay que hacer es colocar en ese excelente marco una foto de una muchacha linda. Eso es lo que está en nosotros, los privados; somos quienes

tenemos que llenar ese espacio. Lo que sí encuentro es que en el mercado local, teniendo un producto realizado aquí en Uruguay, no tenemos nada que nos proteja de un producto que se prefabrica en Argentina o en Brasil. Los productos argentinos y brasileños utilitarios que se producen masivamente tienen la ventaja de que es tantos kilos de chapa, tantos kilos de vidrio, tantos de cables, y después un poco de tecnología; el resto es margen. Son criterios diferentes a los que tiene la industria uruguaya que va a fabricar pocos vehículos y que tiene que comprar cada pieza por lo que le cobran cada pieza. Son maneras diferentes de ver el tema.

Pienso que donde hay que pensar cosas novedosas es en el mercado propio, que en este negocio siempre ayuda como regulador. Creo que ningún esquema industrial puede estar basado en producir para el mercado local sino que tiene que estar diseñado para exportar, pero un mercado local sí tiene que ayudar a regular los momentos en que en el exterior bajan o caen las compras con un porcentaje de venta local que asegure el pan y la leche todos los días. Eso es importante.

¿Qué acciones podrían llevar adelante los señores Diputados para apoyar en este tema? Pienso que hay que entender que hay cosas que en el Uruguay cambiaron y que con protestar contra eso no se gana nada. Hay que buscar la salida para saber cómo hacer para que lo que no está acá venga de afuera. Nos podemos matar entre nosotros, pero lo que no está, no está; peleándonos no lo vamos a generar. Uno de los temas es el capital, que es como el agua: sabe ir por los lugares más bajos y es muy sensible a los movimientos extraños. Tenemos conseguir que venga capital extranjero no en dinero, pero sí en piezas. En dinero no va a venir, pero si viene en piezas, producimos con ellas y las devolvemos en un auto; a la persona que apostó a eso le sirve porque en su mercado original gana y nosotros ganamos porque trabajamos. Ese tipo de esquemas es el que tenemos que fomentar para poder despegar.

En ese sentido, pienso que una de las cosas fundamentales es que todas las discusiones que tengamos sean dentro del país y no afuera; eso es algo que me parece esencial para poder tener un esquema válido que permita decir que encontramos un mercado. Por ejemplo, el mercado de los autos blindados en Brasil tiene un crecimiento del 40% o del 50% anual; este año va a terminar en el orden de los 25.000 a 30.000 vehículos. Y para que tengan una idea, nosotros el año pasado exportamos más de 4.000 autos. Fíjense que el mercado de blindados brasileño en los próximos cinco años pasa los 150.000 porque tiene un crecimiento geométrico. En Argentina toma el mismo camino y en México -que es el otro gran mercado- pasó de los 60.000 autos. Quiere decir que si nosotros realmente damos con un esquema técnico y con un producto que se diferencie de los demás, pienso que podemos llegar a tener producciones inclusive mayores que las que teníamos antes. Antes teníamos productos que eran competitivos con otros; ahora en lo que estamos trabajando la competencia cada vez es menor, aunque parezca mentira.

SEÑOR ALONSO.- Quisiera saber cuál es el mecanismo de producción de autos blindados. ¿El proceso de la venta de los blindajes es sobre vehículos brasileños que ingresan, se blindan acá y vuelven a salir del país?

SEÑOR DARRACQ.- Para poder blindar un vehículo siguiendo el concepto de fábrica y los procesos de fabricación, uno tiene que hacerlo, ahorrando una explicación detallada, con un vehículo desarmado. Cuando hay que blindar un vehículo que está armado, hay que desarmarlo y blindarlo; o sea, se desarma y se arma. Cuando viene un vehículo despiezado se pueden utilizar tecnologías que de otra manera no se pueden hacer. Cuando hay que blindar un auto hay que soldar, hay que hacer operaciones que van en contra de lo que es la protección de la pintura de un auto; por lo tanto, una blindadora normal tiene instalaciones para hacer reparaciones pequeñas y donde se ven, pero no repara donde no se ven. Nosotros tenemos instalaciones y técnicas para hacer pinturas completas, con protección completa, pero luego de que el auto fue blindado. ¿Me explico?

SEÑOR PÉREZ.- Quiero profundizar lo que está explicando el señor Darracq.

Hay que entender que lo que hacemos nosotros es fabricar un automóvil que nace blindado. Eso es lo fantástico del mercado que explicaba el señor Darracq, de 25.000 automóviles. ¿Por qué? Hoy va el señor Juan, el señor Pepe o el señor Luis, lo compra, se lo abren todo, lo blinda en un taller equis y después se lo devuelven. Todos sabemos lo que pasa cuando compramos un auto cero kilómetro y no le hacemos el "service" en el correcto concesionario: el auto pierde su garantía. Cuando usted compra un auto y lo blinda, queda a su leal saber y entender.

Nosotros fabricamos automóviles blindados y la importancia de esto es que ello agrega un componente de mano de obra calificada. Al blindar un automóvil lo que se añade a la fabricación normal implica una mayor gama de conocimientos del manejo de materiales y de tecnologías modernas. El auto de por sí es algo que siempre está en punta en cuanto a tecnología -siempre se va renovando-, pero al añadirle el concepto de la seguridad, sobre todo en cuanto al blindaje, en cuanto a la protección contra ataques, implica que empieza a aparecer una gama de materiales que son totalmente novedosos y que necesitan una calificación adicional. Para entender esto en lo corriente de lo que ha sido el proceso de la fabricación del auto en nuestra fábrica, puedo decir que en siete años, en la etapa anterior, gastamos más de US$ 900.000 en capacitación. Parece una cifra loca, pero es real. ¿De qué se compone esa capacitación? De cursos específicos sobre fabricación de automóviles y hasta de idiomas -hay que aprender francés e inglés, etcétera, para poder entender los manuales-, de traer técnicos especiales del exterior para enseñar a las personas -a nosotros mismos- a fabricar el automóvil -son personas que vienen con otra mentalidad y con otra capacidad organizativa, lo cual también nos ayuda a fabricar-, de enviar muchas personas de la planta al exterior. El año pasado enviamos durante cuatro o cinco meses a diez personas a Brasil a prepararse para el tema de blindaje, a aprender sobre materiales, sobre formas de blindaje, etcétera. Eran diez personas que se insertaron en un país distinto, dentro de una estructura diferente, donde fueron capacitadas y se reinsertaron de vuelta en nuestra planta. Hoy son las que nos están apoyando en el desarrollo.

Cuando lanzamos el Xsara de Citroën, tuvimos que enviar a diecinueve personas a Francia durante tres meses. Eso se hizo y se pagó. ¿Qué generó en las personas que vinieron? Saber que se puede hacer las cosas muy bien y que estamos capacitados para ello. Esas son las cosas de las que habla con orgullo el señor Bianchi: somos capaces de hacer las cosas mejores que muchos otros. Inclusive, lo que curiosamente pensamos, que era nuestra intención, fue que cuando hubiera bajo nivel de producción en nuestra planta podríamos prestar a nuestra gente para después traerla de nuevo; se trata de calificar y de reinsertar; ese proceso se puede dar dentro de la industria automotriz. En el producto específico que estamos haciendo nosotros es absolutamente necesario porque de lo contrario no hay forma de desarrollarlo ni de mantenerlo vigente porque es un tema en el que continuamente se está innovando y generando opciones diferentes para fabricar el vehículo.

SEÑOR DARRACQ.- Estoy totalmente de acuerdo con lo expresado por el contador Pérez.

Haciendo un resumen, digo que es evidente que para que podamos tener éxito y para que esto siga funcionando hay un montón de herramientas, como el crédito, la tecnología y el acceso a poder presentarnos a mercados, que nos cuesta mucho, no solamente en dinero, sino en posibilidades. Por ejemplo, en lo que refiere a los blindajes, está la calidad de los vidrios. Para que tengan una idea, un nivel B4 de vidrio de blindaje -un nivel comercial para soportar cualquier tipo de arma de puño, o sea, cualquier pistola o revólver- tiene una pulgada de espesor, son ocho capas de vidrio con una última capa de policarbonato para obtener astillamiento, etcétera.

Hay que desarrollar ese tipo de vidrios y lo que ocurre en el día de hoy en el hemisferio sur, aunque parezca mentira, es que la moda de inseguridad que tenemos tanto en México como en Brasil y en Argentina hace que los vehículos blindados tengan que serlo de tal manera que cuando se mire un vehículo blindado y otro que no lo sea no se tengan que notar diferencias. O sea que el aspecto exterior del Sang Yong blindado tiene que ser el mismo que el de uno común. Si usted nota diferencias se transforma en un blanco móvil, pierde lo importante del blindaje que es pasar desapercibido.

Entonces, imagínese que usted esté colocando en vez de un vidrio de cuatro milímetros, que es el de un vehículo convencional, uno de veinticinco milímetros. Eso hay que colocarlo de manera que ni interna ni externamente se note la diferencia. Entonces, el blindaje de este tipo es un desafío porque no es el que se conoce en el mundo, el que se utiliza en el hemisferio norte -los grandes blindajes para Ministros, Presidentes y demás- donde lo que importa es que la persona vaya protegida y si se nota el vidrio o no es irrelevante, aunque se hace con buen gusto; aquí tenemos la exigencia de hacer blindajes que no son para personas de tal jerarquía, de manera que puedan sobrellevar un asalto o un ataque, dándoles la posibilidad de soportar un impacto de bala y de poder escapar

En cuanto a los vidrios, notamos que en Brasil hay cinco fábricas de vidrios de las cuales cuatro son fabricantes brasileros; están haciendo su mejor esfuerzo, pero la calidad que tienen no asegura dos piezas iguales. Una blindadora puntual artesanal que recibe un Mercedes Benz, un BMW, un Ford o un Fiat, no

tiene problemas en consumir esos productos porque nadie va a comparar un auto con otro. El caso nuestro, que trabajamos con productos seriados -repetimos el mismo muchas veces- y pretendemos venderlos a una terminal precisamente para ser complementarios de ella, es distinto.

Hay un concepto que estamos tratando de desarrollar. Si bien lo que nos perjudicó es que las terminales regionales en Argentina y Brasil están subocupadas -ellos necesitan que todo el potencial, aunque sea de baja cadencia, sea reinsertado en las líneas-, pensamos que podemos funcionar como un vector en esa línea de producción argentina. Por ejemplo, está el caso del Ford Ranger que es el que estamos trabajando, que es un vehículo que se produce en Argentina. La manera de subsistir que tienen los argentinos es que, además de abastecer el propio mercado, lo pueden exportar a México y a Brasil. Aun exportando a esos países tienen poca cadencia; necesitarían producir más. Entonces, si nosotros jugamos a la complementación y nuestro proceso es válido en el sentido de que podemos adicionar a ese producto que sale de la línea Ranger -si bien no completo, pero semiarmado- nuestro blindaje aquí, podemos dar al portafolio de Ranger un modelo adicional que va a ser blindado y que puede ser atractivo. Así esa planta argentina tendrá la posibilidad de acceder con ese producto a otros mercados que hoy no tiene. Por lo tanto, ellos se benefician porque tienen más mercado para ir y nosotros también porque trabajamos. O sea que jugamos a la complementación.

Pero eso lo podremos hacer si nuestro producto alcanza la excelencia y cumple con las mismas condiciones que tiene un Ford desde que se concibe hasta que sale por la punta de línea. Por lo tanto, los proveedores deben estar calificados por la terminal. En ese sentido, el desarrollo de un juego de vidrios de un vehículo está aproximadamente entre los US$ 700.000 u US$ 800.000. Nosotros no teníamos ese dinero y nadie está dispuesto a hacer una inversión de ese orden para ver si se puede hacer algo que puede ser posible que quieran probar; son cifras muy altas.

Siempre teniendo a la necesidad como madre de todos estos procesos, pudimos ver cómo era que se desarrollaba un proceso de vidrios. Para generar un juego de vidrios hay que hacer una primera etapa que es la de su congelado para después hacer los moldes y fabricarlos. Lo complejo es el congelado de vidrios; ahora lo sabemos hacer -es un proceso que hacemos nosotros mismos- y lo que conseguimos fue que lo que antes representaba una cifra prohibitiva para nosotros desarrollar un juego de vidrios para cualquier modelo, pase a ser posible porque bajamos a cifras del orden de los US$ 40.000 o US$ 50.000. Entonces, tenemos la capacidad de tomar un producto, de desarrollar todas las piezas que se necesitan, montarlo y ofrecerlo.

Y cuando aparecemos en la terminal con un producto hecho por ellos y blindado por nosotros, se excitan terriblemente al ver que todo está muy bien hecho y pasamos a la segunda fase que es hacer los nuevos estudios. Esto puede implicar seis meses o un año, dos o tres; eso es lo que generalmente lleva un estudio de un modelo. Por ejemplo, para que ustedes tengan una idea, cuando una pieza se nacionaliza o se regionaliza en cualquier terminal, tanto argentina como brasilera, hay un esquema de ensayos sobre esa pieza que, en algunos casos, llevan de dos a tres años, por ejemplo, en piezas calificadas como de seguridad; se requieren ensayos muy costosos y que llevan mucho tiempo. Muchas veces nunca se ensaya con algunas piezas porque se prevé que cuando la pieza esté homologada el modelo ya habrá salido de circulación.

Todo ese tipo de problemática hace que sea muy difícil pronosticar hasta para nosotros mismos los tiempos. Pensamos que existen posibilidades de estar mejor que antes, inclusive con productos que ni siquiera nos imaginábamos que teníamos y con cosas que tampoco imaginábamos que podíamos hacer. Lo que sucede es que hay preguntas sobre cuándo, cuánto y de qué manera, con respecto a las cuales podemos dar orientaciones, pero si diéramos precisión estaríamos faltando a la verdad o a nosotros mismos, porque si nosotros no lo sabemos mal podemos darlo como explicación al prójimo.

Insisto en que en lo que trabajaría es en ver si esto se puede concretar. Hay que tener en cuenta que el proceso del Niva, como cualquiera de este tipo, tiene tres etapas: la primera es el sueño que uno tiene; la segunda, es la del proyecto y la tercera la de la acción. El proyecto de Niva pasó de una etapa de sueño, de locura, a una de proyecto y ahora tiene que pasar a la acción. En realidad, el modelo no es Niva sino Diva porque por razones de marcas y de homologaciones tuvimos que cambiar el nombre del modelo. El motor, que es diesel, lo robotizamos y pasó a ser Diva.

Si el Diva pasa del proyecto a la acción y si realmente se puede producir y exportar, sería importante colocarlo en el mercado uruguayo en condiciones que diferencien en algo lo que es un automóvil de Argentina o Brasil, que no nos regalan nada.

En cuanto al personal, entendemos los puntos de vista; no es fácil quedarse sin trabajo; es muy difícil. Esto lo comprendemos a diario porque en los siete años que trabajamos en OFEROL nunca mandamos a nadie a seguro de paro. Eso nos costó muchos esfuerzos de correr producciones, de enviar trabajadores a Francia en momentos en que no teníamos trabajo para ellos, ya que por suerte vivimos a contraestación. Eso es algo que Uruguay tiene que aprovechar: vivir a contraestación, tanto en la parte hortícola como industrial. En Europa, en el momento de vacaciones todos quieren salir y hay procesos que son continuos, no se pueden parar las fábricas. Entonces, es difícil encontrar gente que trabaje en esos momentos y son oportunidades para mandar gente para allá. Esos intercambios fueron controlados, bien hechos y fue lo que practicamos; vamos por la vía de los hechos, no de las palabras; si ustedes consultan a la gente del UNTMRA, ella lo va a tener que aseverar porque fue así. No es un tema de que lo vamos a hacer; fue hecho.

Tenemos una estructura muy justa y también lo estamos justos con el personal; para nosotros hoy las palabras "escasez" e "incertidumbre" nos sobran; si las envasáramos y vendiéramos seríamos millonarios. Entonces, mirando para adelante, lo que necesitamos es que nos dejen trabajar, pensando cómo hacer que esto pase de la fase proyecto a la de acción. Y entendemos que se está en una situación difícil en la que la extensión del seguro de paro es una posibilidad para acercarse a sus tiempos, pero discusiones y relacionamiento no podemos tener porque no tenemos ni tiempo ni posibilidades de tener discusiones importantes. Lo único que pedimos, si se puede, es tener las discusiones en el ámbito del Uruguay porque entendemos que la situación es complicada y se está perdiendo un poco el norte; nos llegan cartas de la Confederación de Trabajadores Metalúrgicos Brasileros -como dice la versión taquigráfica- por las que nos emplazan y amenazan. En fin, como dicen ustedes son gajes del oficio, pero todo eso nos hace mal porque después son los brasileros los que nos cocinan; si pudiéramos arreglar los líos desde adentro sería mejor.

Estamos a la orden para lo que ustedes quieran.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos la presencia de nuestros invitados.

(Se retiran de Sala los Directivos de la empresa BOGNOR S.A.)

Se levanta la reunión.